

Implementasi Marketday Dalam Membangun Kreatifitas Siswa Di MA Al-Hamidiyah

by George Khatami Albusthomi

Submission date: 01-Jul-2024 02:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 2411122488

File name: JIMaKeBiDi_VOL.1_NO.3_AGUSTUS_2024_Hal_72-76..pdf (808.06K)

Word count: 1452

Character count: 9634

Implementasi Marketday Dalam Membangun Kreativitas Siswa Di MA Al-Hamidiyah

George Khatami Albusthomi¹, Imam Hasani²,
Hamam Thoriq Majid³, Imran Revanza⁴

^{1,2,3,4} STAI Alhamidiyah Jakarta

Email : georgetomi12@gmail.com¹, imamhasani88@gmail.com²,
hamthor14@gmail.com³, revanzaimran09@gmail.com⁴

Abstract On certain days, school children participate in Market Day by asking children to make real-life sales and purchases. Students participate in all stages of the supply chain from manufacturing to distribution to consumption during Market day, an example of an integrated entrepreneurship education program. Students can also appreciate their abilities during Market Day. The aim of this research is to help Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah Depok students become more imaginative. A qualitative research approach was used in this research. Observation and interviews are the methods used to collect data. These findings indicate that students' originality develops after they participate in Market day at school.

Keywords: Market day, Entrepreneurship, Creativity

Abstrak Pada hari-hari tertentu, sekolah berpartisipasi dalam Hari Pasar dengan meminta anak-anak melakukan penjualan dan pembelian di kehidupan nyata. Siswa berpartisipasi dalam semua tahapan rantai pasokan mulai dari manufaktur, distribusi, hingga konsumsi selama Market day, sebuah contoh program pendidikan kewirausahaan terpadu. Siswa juga dapat menghargai kemampuan mereka selama Hari Pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu siswa Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah Depok menjadi lebih imajinatif. Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Observasi dan wawancara merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Temuan ini menunjukkan bahwa orisinalitas siswa berkembang setelah mereka berpartisipasi dalam Market day di sekolah.

Kata Kunci : Market day, Kewirausahaan, Kreativitas

PENDAHULUAN

Definisi Market day

Market day dilaksanakan oleh institusi yang melakukan simulasi penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh peserta didik pada hari-hari yang telah ditentukan. Tujuan kegiatan market day untuk mengajar, berimajinasi, berkreasi, menghargai waktu, mampu memecahkan masalah, senang berbagi dengan orang lain, dan mengambil keputusan sendiri (Herlina, Emmanuel, Muntomimah, 2019).

Siswa berpartisipasi dalam semua tahapan rantai pasokan mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi selama Market day, sebuah contoh program pendidikan kewirausahaan terpadu. Kegiatan produksi adalah kegiatan yang menantang siswa untuk menciptakan sesuatu yang bernilai, baik bagi dirinya sendiri maupun bagi sekolah secara keseluruhan. Setelah menyelesaikan proyeknya, para mahasiswa akan memasarkan dan menjual dagangannya. Dalam skenario ini, siswa lain, pengajar, dan personel sekolah semuanya berperan sebagai pelanggan (Mashud, 2016).

Received: Juni 15, 2024; Accepted: Juli 01, 2024; Published: Agustus 31, 2024

George Khatami Albusthomi georgetomi12@gmail.com

Definisi Pembelajaran Berbasis Proyek

Proyek adalah tugas rumit yang berpusat pada mata pelajaran yang menuntut, di mana siswa terlibat dalam desain, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, atau upaya penelitian. Hal ini ¹⁵ memberikan kesempatan kepada siswa untuk menciptakan suatu produk dalam jangka waktu tertentu (¹¹ Thomas, Mergendoller, Michaelson, 1999).

Pembelajaran berbasis proyek adalah pendekatan pendidikan yang menggunakan proyek dan aktivitas sebagai metode pengajaran utama. Guru memberikan tugas kepada peserta didik dan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan melalui proyek terkait mata pelajaran. Proyek mencakup tugas-tugas yang timbul dari pertanyaan dan permasalahan dasar, setelah itu siswa melanjutkan proses pencarian/penyelidikan dan penemuan guna memperoleh pengetahuan yang komprehensif.

Relevansinya dengan kegiatan kewirausahaan dalam program *market day* adalah peserta didik mampu mendesain apa yang akan dijual. Dalam hal ini guru dapat mengalokasikan pembelajaran di luar kelas yang tentunya hal tersebut dapat membangun kreativitas pada diri peserta didik.

Pentingnya Kreativitas pada Diri Peserta Didik.

Setiap orang harus dididik untuk selalu aktif dan tidak ada hambatan dalam mewujudkan gagasan dan cita-cita yang baik. Dalam pendidikan, guru tidak hanya sekedar mengajarkan pengetahuan dasar saja, namun juga perlu mengembangkan metode dan proses pembelajaran yang memperhatikan perkembangan kemampuan kreatif siswa. Dengan mengenalkan metode dan proses pembelajaran yang kreatif, setiap orang akan terbiasa aktif menghadapi berbagai jenis permasalahan pembelajaran. Keadaan ini juga akan memungkinkan Anda untuk mengatasi berbagai permasalahan kehidupan nyata yang akan Anda hadapi.

Banyak bukti bahwa berpikir kreatif sangat dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dan kebutuhan hidup, serta kemajuan bangsa. Misalnya, Jepang dan Korea tidak akan menjadi negara maju secepat sekarang tanpa imajinasi dan kreativitas mereka. Tentu saja kami memulainya dengan mengamati dan meneliti produk industri negara lain dan membuatnya sendiri.

Setiap orang sangat membutuhkan kemampuan berkreasi untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda. Ini adalah kondisi yang perlu dipertimbangkan oleh orang tua, pendidik, dan negara lain. Jangan sampai kemampuan kreatif suatu negara berhenti hanya karena (generasi muda) sudah terbiasa menikmati apa yang sudah tersedia. Dengan tersedianya semua yang kita perlukan dalam hidup, kita dapat mendorong orang-orang untuk sekadar menikmatinya tanpa mempertaruhkan keberadaan atau kepentingan masa depan mereka.

Observasi

Peneliti melakukan observasi di Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah merupakan Madrasah Aliyah Islam Modern yang beralamat di Jalan Raya Sawangan Km. 2, Rangkapan Jaya, Pancoran Mas, Depok. Sekolah ini bernaung dalam Yayasan Islam Al-Hamidiyah yang didirikan oleh KH. Achmad Sjaichu sejak tahun 1988. Hingga saat ini Yayasan Islam Al-Hamidiyah merupakan Sekolah Islam dan Pesantren Modern terbaik di Depok, Jawa Barat, Indonesia.

Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah berbasis pondok pesantren oleh karena itu para peserta didiknya tidak pulang melainkan bermukim di asrama pondok. Pesantren Al-Hamidiyah mengusung nilai-nilai *Aswaja ala manhaji Nahdhotil Ulama*. Pesantren Al-Hamidiyah menanamkan nilai-nilai keislaman yang sudah termaktub dalam jati diri SANTRI dan santri KITAB. Adapun sasaran observasi ini siswa kelas XI Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah yang berjumlah 60 siswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian memakai metode kualitatif. Metode kualitatif ialah metode penelitian komprehensif dilakukan secara objektif dan didasarkan pada metode reflektif. Landasan pemikiran dalam penelitian kualitatif adalah dari Max Weber yang menyatakan bahwa pokok bahasan penelitian sosiologi bukanlah gejala sosial, melainkan makna di balik tindakan individu yang memudahkan terwujudnya gejala sosial itu, yaitu suatu pemikiran. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menyelidiki fenomena dari awal, selalu terbuka, dan melibatkan strategi dan orang lain dalam melakukan penelitian yang terstandar.

Para ahli di bidang humaniora, ilmu sosial, dan agama sebagian besar menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diterapkan untuk menyelidiki berbagai aspek kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, dan kegiatan sosial ekonomi. Hasil dari upaya penelitian kualitatif diwujudkan dalam bentuk gambaran menyeluruh atas bahasa, tulisan, atau perilaku yang terlihat pada orang, kelompok, komunitas, atau organisasi tertentu dalam keadaan atau latar tertentu.

Penelitian ini data utamanya adalah kata-kata, ungkapan, dan informasi yang diperoleh melalui teknik observasi dan wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian tersebut menggunakan cara observasi dan wawancara secara langsung di Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah, sasarannya adalah siswa kelas XI dan dewan guru. Sumber data yang didapatkan adalah hasil dari observasi terhadap siswa yang mengikuti kegiatan *Market day* dan wawancara guru yang mendampingi acara tersebut. Penelitian dilakukan di Madrasah Aliyah Al-

Hamidiyah yang beralamat di Jalan Raya Sawangan Km. 2 Rangkapan Jaya, Pancoran Mas, Depok.

HASIL PEMBAHASAN

Kreativitas peserta didik dapat dilihat ketika mengikuti kegiatan *market day*. Mereka mendesain produk, membuat produk serta dapat menjual produk tersebut. Dengan alat-alat sederhana para peserta didik menuangkan ide-ide kreatifnya pada *market day* tersebut.

Peserta didik dapat mengikuti kegiatan *market day* dengan antusias serta sesuai dengan arahan para guru. Dimulai dengan mendesain produk dengan hal-hal yang menarik sejalan dengan kreativitas mereka, disambung dengan membuat produk sebagai hasil final yang telah didesain. Tak lupa kegiatan promosi produk yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital.

Para peserta didik mempunyai caranya dalam menjual dan menarik para pelanggan. Mulai dari senyum sapa dan santun hingga memberikan potongan harga pada produk tertentu, hal tersebut menjadikan stan mereka ramai dan mengundang para pembeli. Ada juga salah seorang peserta didik yang menarik perhatian karena dia menampilkan trik sulap, hal ini tentunya menjadi tontonan serta strategi promosi untuk produk mereka. Adapun ada beberapa kendala yang ditemui yaitu guru sedikit sulit mengoordinasikan para peserta didik karena kegiatan berlangsung di luar kelas.

KESIMPULAN

Kegiatan *market day* yang diselenggarakan sekolah dapat menumbuhkan kreativitas peserta didik. Mulai dari mendesain, membuat, mempromosikan serta menjual produk para peserta didik dapat menuangkan ide-ide kreatifnya. Kegiatan *market day* juga memiliki andil dalam proses penilaian guru dalam pengamalan model pembelajaran berbasis proyek, tentunya hal tersebut harus sesuai mendapatkan dukungan penuh baik dari sekolah, orang tua dan guru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, C. E., & Hidayah, N. ¹³ (2022). *Market day dan karakter kewirausahaan/entrepreneurship*. Yogyakarta: K-Media.
- Bamawi, & Arifin, M. ⁴ (2012). *Schoolpreneurship: Membangkitkan jiwa & sikap kewirausahaan siswa*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan untuk perguruan tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan: Teori, kasus, dan solusi*. Bandung: Alfabeta.

Gitosardjono, S. S. (2013). *Wirausaha berbasis Islam & kebudayaan*. Jakarta: Pustaka Bisnis Indonesia.

Imam, G. (2013). *Metode penelitian kualitatif: Teori & praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan: Teori dan praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Implementasi Marketday Dalam Membangun Kreatifitas Siswa Di MA Al-Hamidiyah

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.arimbi.or.id Internet Source	3%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
3	es.scribd.com Internet Source	1%
4	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	1%
6	profiltokohdepok.wordpress.com Internet Source	1%
7	www.al-hamidiyah.sch.id Internet Source	1%
8	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
9	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1%

10	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1 %
11	pasca.um.ac.id Internet Source	1 %
12	dergipark.org.tr Internet Source	1 %
13	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.syekhnurjati.ac.id Internet Source	1 %
15	id.123dok.com Internet Source	1 %
16	www.researchgate.net Internet Source	1 %
17	www.sbicafe.ufv.br Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off